



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**La digitalización bancaria y las transacciones de las Pymes del  
rubro calzado del distrito El Porvenir – 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Navarro Mantilla, Piere Brian (ORCID: 0000-0003-0792-273X)

**ASESORA:**

Mg. Alva Morales, Jenny (ORCID: 0000-0002-2598-1912)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

TRUJILLO - PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

A mi familia que está siempre para apoyarme y darme fuerza en los momentos donde sentí que no podía seguir luchando por mis metas.

A mi padre Héctor por enseñarme que la creatividad y hacer algo diferente es algo fundamental en una persona para poder obtener sus objetivos.

A mi madre Marisol por enseñarme que sin trabajo duro y constante no se puede obtener lo que uno quiere.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mis padres por haberme dado la oportunidad de empezar una carrera y formar la base de mis valores, educación y principios.

A la vez agradezco a la Universidad César Vallejo, a la escuela de ciencias empresariales y a mi tutora Jenny Alva por darme las oportunidades de aprender tanto de mis aciertos como de mis errores durante esta investigación y mi camino académico.

Y un especial agradecimiento a todos los empresarios que incondicionalmente y con una gran predisposición fueron parte de la razón de que se concluya esta investigación, ya que sin su apoyo nada se hubiera logrado.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalización .....	12
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Métodos de análisis de datos .....	15
3.7. Aspectos éticos .....	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN .....	21
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES .....	26
REFERENCIAS.....	28
ANEXOS.....	31

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. Matriz de operacionalización de variables .....	32
Tabla 3.2. Matriz de variable, técnica e instrumento .....	37
Tabla 4.1. Relación entre las dimensiones de la digitalización bancaria y transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019 .....	19
Tabla 4.2. Relación entre digitación bancaria y transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019 .....	20
Tabla 4.3. Pymes que usan los servicios o productos de alguna entidad financiera o bancaria .....	38
Tabla 4.4. Pymes que siguen realizando todas sus operaciones en la ventanilla de agencia en su banco.....	38
Tabla 4.5. Pymes que recomiendan usar los canales digitales para realizar transacciones bancarias.....	38
Tabla 4.6. Operaciones activas que las usa con mayor frecuencia una Pyme ....	38

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. Diagrama del diseño de investigación .....	11
Figura 4.1. Nivel de digitalización bancaria de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019 .....	16
Figura 4.2. Operación activa que se usa con mayor frecuencia .....	17
Figura 4.3. Nivel de transacciones bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019 .....	18
Figura 4.4. Pymes que usan servicios o productos de alguna entidad financiera o bancaria .....	39
Figura 4.5. Pymes que siguen realizando todas sus operaciones en la ventanilla de agencia en su banco .....	39
Figura 4.6. Pymes que recomiendan usar los canales digitales para realizar transacciones bancarias .....	39

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la digitalización bancaria en las transacciones bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019. Para ello, se ha utilizado la metodología de tipo correlacional con diseño no experimental de corte transversal. Asimismo, la muestra estuvo conformada por 58 Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019. El instrumento para la recolección de datos fue la aplicación de la encuesta cuyo diseño se basó en los indicadores de ambas variables para el logro de los objetivos. Los resultados indican que, entre la variable digitalización bancaria y las transacciones bancarias existe una relación fuerte con un “p” valor menor a 0.01, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que existe relación entre las variables de estudio.

**Palabras clave:** Digitalización bancaria, transacciones, reingeniería de procesos comerciales, operaciones activas, operaciones pasivas.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine the relationship between bank digitization in the banking transactions of SMEs in the footwear sector of the El Porvenir 2019 district. To do this, the correlational methodology was used with a non-experimental cross-sectional design. Likewise, the sample consisted of 40 SMEs in the footwear sector of the El Porvenir 2019 district. The instrument for data collection was the application of the survey, the design of which was based on the indicators of both variables to achieve the objectives. The results indicate that, between the variable bank digitization and bank transactions there is a strong relationship with a "p" value less than 0.01, therefore, the null hypothesis is rejected, concluding that there is a relationship between the study variables.

**Keywords:** Bank digitization, transactions, reengineering of business processes, active operations, passive operations.

## I. INTRODUCCIÓN

Cada día es una oportunidad de mejora y la tecnología no es reacia a ello, el mundo tecnológico cambió, cambia en estos momentos y seguirá cambiando, y su efecto en las personas y organizaciones son evidentes; pagos, retiros, transferencias interbancarias, etc, son transacciones que antes para realizarlas las personas tenían que formar una larga cola y esperar la atención de un asesor de ventanilla bancaria, pero ahora es cuestión de segundos y un par de clicks en nuestros dispositivos inteligentes para poder realizar dichas operaciones y desde cualquier parte del mundo con conexión a internet. Lo que busca esta investigación es investigar la relación de la digitalización bancaria en las transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir en el año 2019, para que los profesionales de la administración puedan evidenciar si existe mayor eficiencia y reducción de recursos al usar los medios digitales alternativos en la banca en lugar de ir a una ventanilla que es lo tradicional, a la vez, para que la sociedad interesada en saber los beneficios de la digitalización bancaria puedan comprobar si realmente serán beneficiados y que tan seguro es su uso.

Actualmente el sector calzado se encuentra en un rubro desafiante y competitivo tanto nacional como internacionalmente, sólo en el 2017 en el departamento La Libertad se registraron 3057 empresas del rubro, quienes permitieron que las ventas asciendan a nivel nacional a S/642'000,405.00 soles aproximadamente, con una producción de 5'880,000.00 pares en el mismo periodo, a la vez si bien es cierto el crecimiento del sector en el 2016-1 fue de 45.1% respecto al mismo periodo anterior, los 2 trimestres siguientes presentaron una baja del 37% aproximadamente, ello por los productos importados de países asiáticos con un bajo precio. A pesar que INDECOPI dispone aplicar derechos antidumping, el mercado demuestra una vez más la ferocidad que tienen los ofertantes del rubro calzado, por lo que es de vital importancia que se pueda analizar alternativas para reducir costos, tiempos y maximizar recursos, fin de esta investigación que es estudiar el impacto de la digitalización bancaria en sus diferentes dimensiones de las transacciones bancarias.

Al analizar lo anteriormente mencionado, surge el problema de investigación: ¿Qué relación existe entre la digitalización bancaria y las transacciones de las Pymes del rubro Calzado del distrito El Porvenir 2019?

A la vez, la investigación es relevante debido a que se podrá evidenciar pragmáticamente y objetivamente cuales son los beneficios que una Pyme puede obtener al digitalizarse bancariamente y no seguir usando la banca tradicional, de esta manera podrán ver si verdaderamente les beneficiará en reducir costos y tiempo, y a futuro no solo sea una empresa la que use la investigación, sino que sea un gancho y que al ver los beneficios de la digitalización, estas empresas puedan recomendar y así hacer crecer a las empresas del Perú.

El objetivo general de la investigación es determinar la relación que existe entre la digitalización bancaria y las transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019, mientras que el primer objetivo específico es identificar el nivel de digitalización bancaria de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019, el segundo objetivo es identificar el nivel de Transacciones Bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019 y el tercer objetivo específico es determinar la relación entre las dimensiones de digitalización bancaria y transacciones bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019.

La hipótesis de investigación considerada se define como tal: Existe relación directa entre la digitación bancaria y transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel general internacional, según la encuesta de Bain & Company (2014) a clientes de que usan aplicativos móviles de su banco indica que aumento en 19% y esto se dio en todos los grupos de edades que tienen como mercado, además concluyen que la mayoría de los encuestados, exactamente el 60% no reemplaza el canal digital con el tradicional, sino que los complementan.

Galdo (2015) en su investigación sobre la “Multicanalidad y digitalización bancaria”, indica que es de vital importancia la innovación en el mercado, ya que el consumidor desea nuevas formas y canales para poder realizar sus pagos, transferencias y compras, las facilidades de realizar estas transacciones otorgan mayor agilidad y personalización al momento de hacerlas, a la vez el estudio estima que para el 2020 las sucursales de los bancos realizarán 40% menos ventas y que 2/3 de las transacciones se realizaran mediante los medios digitales.

Así mismo, Oliva, Jancso y Barriga (2019) evidencia en su estudio “Caja vecina, seguir creciendo en un entorno de cambios tecnológicos” como el banco tenía nuevos desafíos ante su competencia y para satisfacer a sus clientes, debido a que en el año 2016 su competencia implementa su app de Banco estado que digitalizaría a sus clientes, tanto fue así que a los 3 meses de la implementación tenía más de 450 mil descargas y 1,9 millones de transacciones mensuales.

En el ámbito nacional Catalá (2019) analiza en su trabajo de investigación “La reestructuración y digitalización del sector bancario” que el uso de las aplicaciones para la población española según su análisis del 2016, es que, para el 2020 el 79% pagará facturas por estas aplicaciones, a la vez, el 65% realizará transferencias bancarias, además, nos muestra el estudio que a raíz de la digitalización se van generando nuevas opciones de pagos aparte de las aplicaciones netamente bancarias, como Paypal que permite realizar determinadas operaciones financieras a través de la web y donde el usuario debe asociar su cuenta bancaria al usuario, o también, la incorporación de la tarjeta de crédito o débito en medios digitales, lo que nos permite poder ingresar los dígitos de la tarjeta, con su fecha de vencimiento y clave posterior del plástico que tiene 3 dígitos para poder realizar algún pago o compra mediante la página web donde ofrecen cualquier tipo de servicio o producto,

además el pago sin contacto es un servicio que sirve para realizar pagos con la tarjeta débito o crédito, pero al momento de pasar el POS, este tiene un lector digital que reconoce la tarjeta al solo acercarla.

Gonzales (2017) en su trabajo de investigación sobre “el desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de lima metropolitana de los 4 principales bancos del Perú” determina que el 62% de los encuestados de entre 25 y 44 años si usan los servicios de banca electrónica, a la vez el 52% de los encuestados de entre 45 y 64 no lo usan, también se determina que el 70.5% lo usan para pagar servicios o realizar transferencia a terceros, el estudio demuestra que la bancarización digital muy aparte de ser mayormente usado por la población de menor edad nos indica que ya es una alternativa adicional a la tradicional que es apersonarse a ventanilla y a la vez que tiene una aceptación promedio del 50% de la muestra tomada, así mismo concluye que el principal motivo por el que no se digitaliza la banca en su totalidad, es la cultura de buscar una atención personalizada en la banca tradicional y tampoco saber los beneficios que brindan las plataformas digitales.

Además Cabrera, Morante y Pachares (2016) en su tesis “El conocimiento de beneficios de canales alternativos y la satisfacción de los clientes de la agencia Benavides filial Chíncha del Banco de Crédito del Perú” presentan sus resultados determinando que los canales alternativos como los digitales a través por internet tienen un vínculo directo con el nivel de satisfacción de sus clientes, esto se da al conocer los beneficios que estos pueden ofrecer a ellos, como también, de los clientes encuestados el 76% indican que prefieren algunas veces, siempre o casi siempre usar algún canal alterno del BCP para sus operaciones bancarias y el 80% considera que algunas veces, siempre o casi siempre los canales alternativos del banco les dan opciones para solucionar problemas operacionales, es decir, mucho más del 50% usan los canales alternativos para diferentes usos y tienen conocimiento de su uso como de los beneficios, pero igualmente recomiendan en la tesis que se difunda más información de los beneficios que traen estos canales alternativos como también de su uso.

Gonzales (2017) en su investigación “El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de lima metropolitana de los 4 principales bancos del

Perú” donde estudia la implementación de la digitalización bancaria al permitir a los usuarios realizar operaciones bancarias desde su celular o una computadora, a la vez, se usa la encuesta como instrumento de investigación, aplicándola en 385 clientes de los 4 principales bancos de Lima Metropolitana (BCP, BBVA, Interbank y Scotiabank), donde el 75.58% tiene conocimiento del servicio por internet, pero solo el 31.7% ha recibido alguna información sobre los servicios que ofrecen este canal digital, también el estudio demuestra que el 48.05% de los encuestados hacen uso de los servicios por internet del banco al cual pertenecen y de los encuestados que tienen entre 25 y 44 años usan los servicios el 62%. El estudio concluye también que la digitalización bancaria tiene una alta relación con la aceptación que tienen los clientes o su predisposición a usarlos, ya que, la cultura impregnada es usar la banca tradicional que es acercarse a ventanilla personalmente a realizar los trámites y operaciones que necesiten.

A nivel local, según Aredo (2016) en su tesis “Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro de contacto del Banco de Crédito del Perú – sede Trujillo, 2015” donde menciona que el BCP cuenta con 2 canales alternativo al tradicional que es el presencial, los cuales serían atención telefónica y la atención telemática. A la vez realiza una encuesta con una muestra de 365 personas para identificar la influencia de los canales alternativos, donde identificó que el 21% utiliza con mayor frecuencia la banca por internet y banca móvil (celular), también identificó que de todos los canales alternativos el 67% de encuestados los usa diariamente o una vez a la semana, y también en sus resultados del estudio de investigación determinaron que el 70% de los encuestados consideran como principales beneficios del uso de las plataformas alternativas la optimización de tiempo, la reducción de dinero y la accesibilidad a estos. Además, Aredo en el mismo estudio recomienda que se difunda más información sobre sus ventajas o información que pueden obtener los clientes al usar la banca por internet y móvil, difundiéndola en los medios de comunicación más frecuentes de los clientes.

La digitalización bancaria según Ramasastrri (2016) lo define como algo que “ofrece considerables beneficios a los bancos en términos de aumento de la productividad y la rentabilidad. Se logra al aprovechar la infraestructura tecnológica de vanguardia

para lograr cambios en los procesos internos y las interfaces externas. Se espera que mejore las 4Cs: costo, conveniencia, control y experiencia del cliente.”

El Banco BBVA, define a la “Digitalización bancaria como la generación de oferta, distribución y venta de productos y servicios financieros a través de canales digitales, la explotación de las últimas tecnologías para conocer mejor al cliente y adelantarse a sus necesidades de forma ágil y conveniente, la omnicanalidad o posibilidad de que el cliente se comunique por todos los canales (analógicos y digitales) con su banco o la automatización de servicios” (2015, pag.1).

En general, el objetivo con la digitalización bancaria es adelantarse y anticipar las necesidades de los clientes finales, por lo que al crear producto se realizaría de manera más acertada o con mayor aceptación, a la vez, al multicanalizarse y no depender únicamente de la banca tradicional que es la de ventanilla, los clientes de todo banco podrán realizar sus operaciones de manera más rápida y en condiciones muy convenientes como hacerlas desde cualquier parte del mundo que disponga de conexión a internet.

Además, Ballesteros, define a la “Digitalización bancaria es la producción que implica la automatización de los servicios transaccionales (el manejo de cuentas, y el depósito y retiro de dinero, entre otros), lo cual ha tenido consecuencias sociales y económicas. Estas consecuencias incluyen la disminución de nuestras interacciones cara a cara con el personal bancario. También la reducción de puestos de cajeros.” (2018, s/p.)

Entre sus dimensiones la dimensión tecnológica según Ramasastrí (2016) implica la banca central, la implementación de sistemas sofisticados de entrega y pago como internet y banca móvil, billeteras electrónicas, omnicanal, almacenamiento de datos, arquitectura orientada a servicios, ofreciendo aplicaciones no críticas en una nube, implementación de sonido y mejores prácticas de protocolos de seguridad de información / cibernética / red, centro de operaciones de seguridad, etc. Esto genera mayores opciones y canales tecnológicos que se crean y los clientes pueden dar uso según sus necesidades y conveniencia. (2016)

A la vez Reingeniería de procesos comerciales es la dimensión que aboga por el rediseño y reingeniería de procesos comerciales existentes con el fin de lograr la

evasiva centralización del cliente. El éxito de la banca digital depende de lo fácil, sin complicaciones y menos procesos lentos de negocios. A menos que esta dimensión sea cuidadosa, un banco no puede pretender convertirse en digital, no importa cuánta inversión se haga en otras dimensiones como datos, personas y tecnología. Los procesos comerciales tienen que ser monitoreado continuamente para asegurar que se brinde una experiencia agradable al cliente.

De la misma manera Ramasastrri (2016) indica que la perspectiva social apunta a hacer crecer el negocio conectándose con los clientes ofreciendo servicios bancarios completos en un al proporcionarlos en cualquier lugar y en cualquier momento; la dimensión analítica actúa como el cerebro del banco y analiza los datos transaccionales, demográficos y psicográficos de los clientes y saca a la luz los conocimientos sobre los patrones de compra y ahorro del cliente, marketing objetivo, segmentación, ventas cruzadas / ventas adicionales, calificación crediticia, modelado predeterminado, detección de abandono, detección de fraude, etc. Todo en función del beneficio del cliente en conjunto con el de la empresa.

Jinesta, al calificar “las transacciones bancarias se dan porque la banca ejercita su actividad empresarial a través de una serie de actos, por lo demás homogéneos en cuanto a su naturaleza y su función económica, coordinados en vista del fin que la banca se propone, actos que comúnmente vienen designados como operaciones de banca u operaciones bancarias.” (2016, s/p.)

El banco BBVA, define a “las transferencias bancarias como envíos de dinero realizados a la orden de un cliente desde su cuenta bancaria en una entidad (ordenante) a otra designada (beneficiario).” (2015, s/p.)

También según el Banco Central del Perú, define a “las transferencias bancarias en economía, es la transmisión unilateral o sin contrapartida de dinero, bienes o servicios, que realiza un agente económico a otro con un objetivo social o económico.” (2011, p. 203)

Además, parte de las dimensiones el informe es el posicionamiento de la marca que determinara el conocimiento de la digitalización bancaria en los diferentes bancos, según la percepción del consumidor, y también el uso de estos canales según su predisposición para su uso. Según Trout y Riess, define “al

posicionamiento, pero según la perspectiva del marketing como el lugar donde el recuerdo del cliente sobre un producto o servicio se encuentra, la percepción de sus cualidades y sus beneficios.” (1972, p. 9)

A la vez los canales digitales que se crearon por la digitalización de los bancos del Perú según Asbanc son “cajeros automáticos, agentes, banca móvil, banca por internet, banca por teléfonos, otros (fintechs). Donde indica que el aumento de los usos de canales digitales es síntoma de un cambio radical en las telecomunicaciones y en las tecnologías de información para todos los rubros comerciales” (2019, p. 2)

El Banco Central de Reserva del Perú define al “cajero automático como un dispositivo electromecánico que autoriza a los clientes, normalmente usando las tarjetas que la maquina identifica y puede leer para luego, retirar dinero en efectivo de sus cuentas o también verificar su saldo, realizar trasferencias bancarias o interbancarias, pagar servicios, depositar dinero, comprar o vender divisas. También son operados en línea, con acceso en tiempo real a una base de datos para efectos de autorización, o fuera de línea.” (2019, s/p)

Para Gonzales (2018) en su tesis “Plan estratégico para el agente BCP del Banco de Crédito del Perú 2014-2017” define al agente como un comercio o establecimiento en áreas rurales o añejas, donde no existe demasiada penetración de agencias bancarias, estos agentes se ubican en tiendas, farmacias, supermercados, ferreterías, etc, funcionando como una franquicia del banco y puede brindar servicios de retiros, depósitos, transferencias, giros, pago de servicios, y consulta de saldos, con un costo por operación o gratuitos, según los beneficios del banco para el cliente.

La banca móvil, también denominada M-Banking que sería banca por celular, según el Banco Central de Reserva del Perú lo define como la realización de operaciones a través de dispositivos celulares, donde se puede manejar las cuentas en diferentes localidades remotas, siempre que dispongan de servicio de internet por telefonía celular. Como a su vez Tiwari y Buse (2017) nos dicen que es la provisión y obligación a la cual los servicios bancarios y financieros ofrecidos pueden incluir

instalaciones para realizar transacciones para realizar transacciones bancarias y bursátiles, para administrar cuentas y acceder a información personalizada.

También define a la banca por internet Bardález (2015) en su tesis “Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro de contacto del Banco de Crédito del Perú – sede Trujillo, 2015” como una plataforma que concede acceso a servicios a través de una computadora con conexión a internet, donde se puede hacer transferencias, pagos de servicios, préstamos, operaciones para obtener productos bancarios o enviar papeleos para ello, para todo ello, se necesita ingresar a dicha plataforma mediante un usuario y contraseña y luego podrá ver las consultas de sus operaciones y saldos, giros, etc.

Y un canal alternativo digital también es la banca por teléfono, la cual Bardález (2015) en su tesis “Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro de contacto del Banco de Crédito del Perú – sede Trujillo, 2015” dice que el mayor beneficio de este medio es la agilidad y seguridad al hacer consultas y operaciones desde una llamada telefónica, como también, transferir dinero entre cuentas, comprar divisas, pagar servicios, pagar tarjetas de crédito, consultar números de tarjetas, etc.

La cultura de la banca tradicional según González (2017), en su estudio “El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima metropolitana de los 4 principales bancos del Perú” indica que anteriormente era un canal sumamente primordial, ya que iba direccionada al producto, y se utilizaban mayormente para promocionar los productos, con folletos publicitarios, mientras que los colaboradores de ventanilla solo esperaban que el cliente se acerque y solicite algún producto, las sucursales eran anteriormente el punto medio de conexión con el cliente. Aunque actualmente están perdiendo su valor tradicional debido a los nuevos canales.

A su vez, la satisfacción es la raíz para que un negocio sea próspero, especialmente en los últimos años, los cuales la capacidad de mejora y de aprendizaje continuo genera la creación de productos y servicios nuevos, y con las características que estos demandan. Las herramientas tecnológicas cada vez otorgan un valor

agregado mayor en la empresa, contribuyendo con los empleos, organización y gestión. (Hernández, Medina, & Hernández, 2014)

Los beneficios de la digitalización bancaria en las transacciones son que reducen los costos al realizarlas, a la vez aumenta la productividad por parte del cliente y el banco les genera mas seguridad, en situaciones donde habia límites y restricciones tecnológicas por falta de recursos o personal que laboraba en las empresa, aparte de ello mejor el servicio ofrecido con una gestión mas rápida, y tambien genera nuevos productos. (Fanjul & Valdunciel, 2009)

De igual manera las transacciones bancarias se dividen en 2 tipos: de las cuales las transacciones activas implican a generar un crédito o tienen relación con algún préstamo de efectivo al cliente, son operaciones que de generarse, traerian consigo algún tipo de interés financiero, lo cual beneficia al usuario para poder satisfacer sus necesidades de apalancamiento por falta de dinero o recursos deficitarios de sus fondos propios. A la vez hay elementos claves en este tipo de transacciones como: operaciones con riesgo y con inversión, operaciones con riesgo y sin inversión, y operaciones sin riesgo y con inversión. (Lopez & Sebastian, 2005)

Y las transacciones bancarias pasivas tienen un fin de captar recursos monetarios donde pueden ser propios o ajenos, de igual manera cualquier empresa u organización puede realizar estas aportaciones y el uso de transacciones pasivas indica que canaliza inversiones o fondos mediante cuentas que tienen el mismo fin, mas no para un fin de financiamiento, por lo que por lo que estas operaciones no rinden intereses al banco, sino el banco rinde intereses mensuales al propietario; normalmentes las operaciones de pasivos se dividen en tres grupos: captación via depósitos, captación via operaciones referenciadas al mercado interbancario o captación via valores mobiliarios. (Lopez & Sebastian, 2005)

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y Diseño de Investigación

**Tipo de investigación:** La presente investigación tiene un enfoque correlacional-causal, ya que su propósito fue analizar el impacto de la digitalización bancaria en las transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019

**Diseño de investigación:**

El diseño de la investigación es no experimental, ya que se observó fenómenos tal como se dieron en su contexto para analizarlo, y no se manipula ninguna variable ya que no se tiene control directo con dicha variable.

Transversal, porque es un tipo de estudio observacional que investiga una misma muestra en un corte a una fecha determinada

Descriptivo, ya que solo se estudió la incidencia de la variable y se proporcionó una descripción, realizándose comparaciones

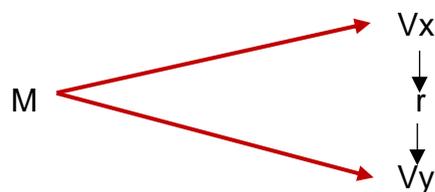


Figura 3.1: *Diagrama del diseño de investigación*

Vx: Digitalización bancaria (Variable 1)

Vy: Transacciones bancarias (Variable 2)

R: Relación de las variables.

M: Muestra de estudio

### 3.2. Variables y operacionalización

Se investigó 2 variables, de las cuales la digitalización bancaria es la variable independiente y las transacciones bancarias son la variable dependiente. Ver tabla de operacionalización en anexo 1

#### 3.2.1. Digitalización Bancaria:

**Definición conceptual:** Se logra aprovechando el estado del arte infraestructura tecnológica para lograr cambios en procesos internos y externos interfaces Se espera que mejore las 4Cs - costo, conveniencia, control y cliente experiencia. Ramasastrri (2016)

**Definición Operacional:** Esta variable se midió mediante un cuestionario a los usuarios de las plataformas digitales.

**Indicadores:** Conocimiento de bancos digitalizados, conocimiento de canales digitales, motivos de no uso de la banca digital, facilidad de uso de los canales digitales, satisfacción después del uso de los canales digitales, tiempo ahorrado por uso, costo ahorrado por uso, costo de oportunidad ganados por uso.

**Escala de medición:** La escala será ordinal, debido a que las respuestas tienen una escala.

#### 3.2.2. Transacciones Bancarias:

**Definición conceptual:** Define como la existencia de operaciones activas, esto es, la colocación de fondos en forma de créditos y las operaciones pasivas, referidas a la captación de fondos del público y aunado a ello las operaciones neutras o conexas, que por su naturaleza no implican la captación ni la colocación de fondos en sentido estricto. Nuñez (2011)

**Definición Operacional:** Esta variable se midió mediante un cuestionario que se aplicó a los usuarios de las plataformas digitales que realizan transacciones bancarias, para lo que se realizó un cuestionario.

**Indicadores:** Tipos de operaciones activas, frecuencia de operaciones activas, tipos de operaciones pasivas, frecuencia de operaciones pasivas

**Escala de medición:** La escala es ordinal, debido a que las respuestas tienen una escala

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

**Población:** Las 1895 Pymes del sector calzado en el distrito El Porvenir en base a las listas de Pymes seleccionadas y obtenidas del Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica del Cuero, Calzado e Industrias Conexas (CITEccal) (2019).

**Criterios de inclusión:** Ser Pyme del rubro calzado del distrito El Porvenir.

**Muestra** La muestra que se investigó son 58 Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir debido a que se aplicó la fórmula para un universo finito. Ver anexo 3 para ver la fórmula de la muestra.

Fue calculada por los siguientes parámetros: un nivel de confianza del 99%, con un margen de error del 0.1% y la población total de 1895 pymes del distrito El Porvenir, teniendo la determinación del tamaño de muestra de 58 Pymes.

**Muestreo:** El muestreo usado ha sido probabilístico del tipo por conveniencia, debido a que se han elegido las 58 Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir según la facilidad de contactarse con ellos.

**Unidad de análisis:** Una Pyme del rubro calzado del distrito El Porvenir

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para ambas variables se aplicó la técnica de recolección de datos que es la encuesta, como también el instrumento será el cuestionario, ver anexo 4

Debido a que el cuestionario es estructurado y la elaboración es propia, para confirmar su validez y confiabilidad ha sido puesto a evaluación por 6 especialistas en el rubro de finanzas, economía y las Pymes bancarizadas, quienes objetivamente calificaron la coherencia y efectividad del cuestionario, dentro de los validadores se presenta al Señor Inga Durango, jefe de la sucursal de Trujillo del Banco Central de la República, también el señor Principe Contreras, supervisor de unidad de atención al cliente Pyme del Banco de Crédito del Perú, como a su vez el apoyo del señor Bocanegra Merino con su experiencia como consultor en entidades financieras y como gerente de la agencia Mi Banco.

Los validadores dieron un buen punto de vista al instrumento y a su vez a la investigación, dando opciones de mejora que se implementaron oportunamente para la óptima recolección de datos.

Especialistas validados:

- Dr. Inga Durango Alejandro
- Lic. Principe Contreras Henry
- Mg. Bocanegra Merino Wilfredo Santiago
- Dr. Guevara Ramírez José
- Dr. Valladares Landa Ciro
- Mg. Adrianzén Jiménez Alex Edmundo

Con respecto a la confiabilidad el instrumento por ser de tipo estructurado la validación es por juicio de expertos, lo cual garantiza la seguridad y confiabilidad de este instrumento para ser aplicado en la muestra de estudio.

### **3.5. Procedimientos**

Inicialmente los instrumentos son aplicados a las empresas seleccionadas en la muestra de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir, a quienes se les solicitó el permiso para poder aplicar la encuesta contactándolas presencialmente, virtualmente y telefónicamente. Se realizó la encuesta al dueño o a algún representante que tenga conocimiento sobre las transacciones bancarias que realiza la Pyme y el cuestionario fue guiado por el encuestador, debido a que en caso algunas preguntas no sean tan claras para el encuestado, se pueda explicar y guiar para que la respuesta sea lo más sincera y efectiva. Cuando se obtengan todos los resultados, se analizaron los cuestionarios para recopilar los datos obtenidos, identificar los descubrimientos y responder los objetivos planteados en la investigación.

### **3.6. Métodos de análisis de datos**

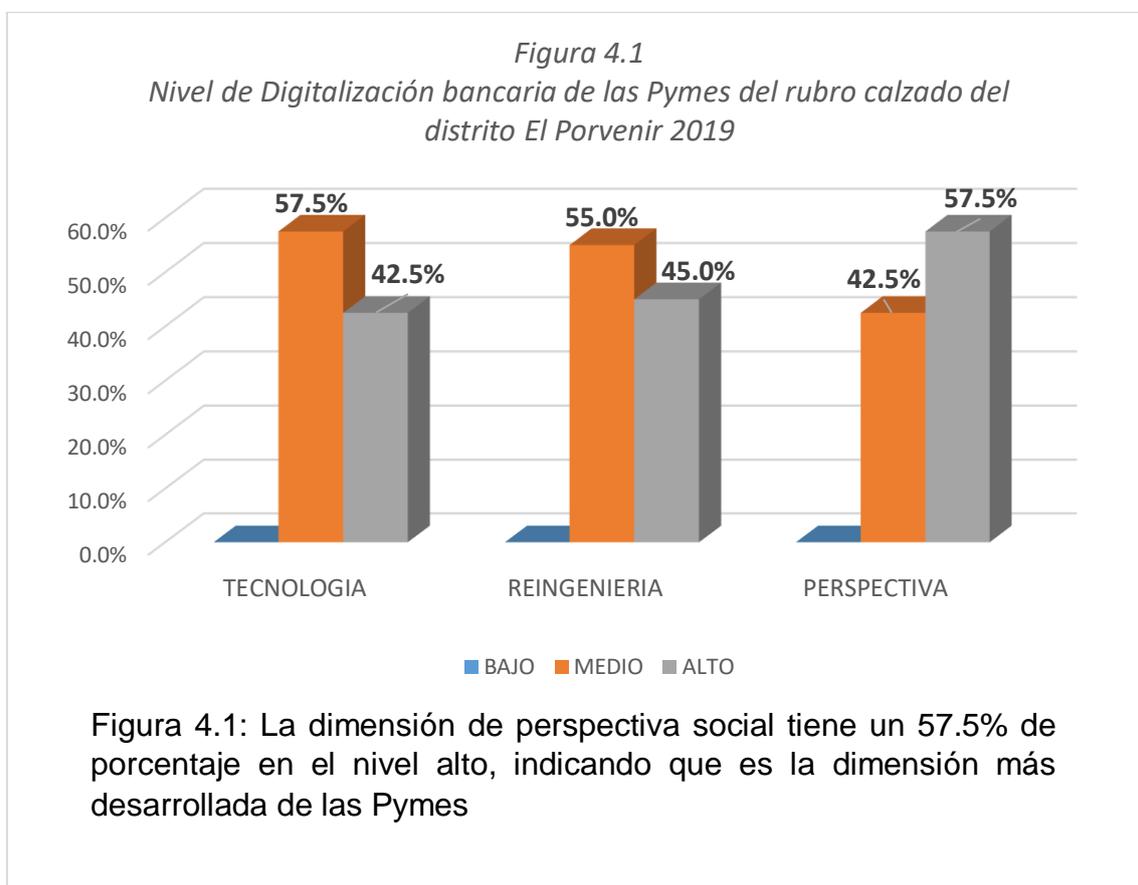
El estudio se realizó mediante un análisis de los datos recopilados. Los cuestionarios se crearon en base a las dimensiones e indicadores de las variables digitalización bancaria y transacciones bancarias aplicadas a los encargados de las Pymes del rubro calzado. Se aplicaron herramientas estadísticas aplicando estadística descriptiva y estadística inferencial, de la cual la base de datos obtenida será tabulada en una hoja de cálculo de Excel para luego con el programa SPSS determinar la correlación entre las variables. El tipo de correlación que se usó fue el Rho de Spearman.

### **3.7. Aspectos éticos**

Además se tomó en consideración las siguientes pautas de prioridad para respaldar un trabajo integro, se respetó las autorías de las fuentes de apoyo, citando correctamente a los autores auténticos de la información usada; a su vez la información o los resultados de cada cuestionario y conclusión general va a ser real y fidedigna, sin ningún tipo de manipulación ni cambio al que se respondió por parte de los encuestados; y como principal pauta es la de consentimiento informado, ya que los cuestionarios serán aplicados únicamente a quienes den su autorización, respetando siempre la confidencialidad y privacidad de los resultados confiados al encuestador.

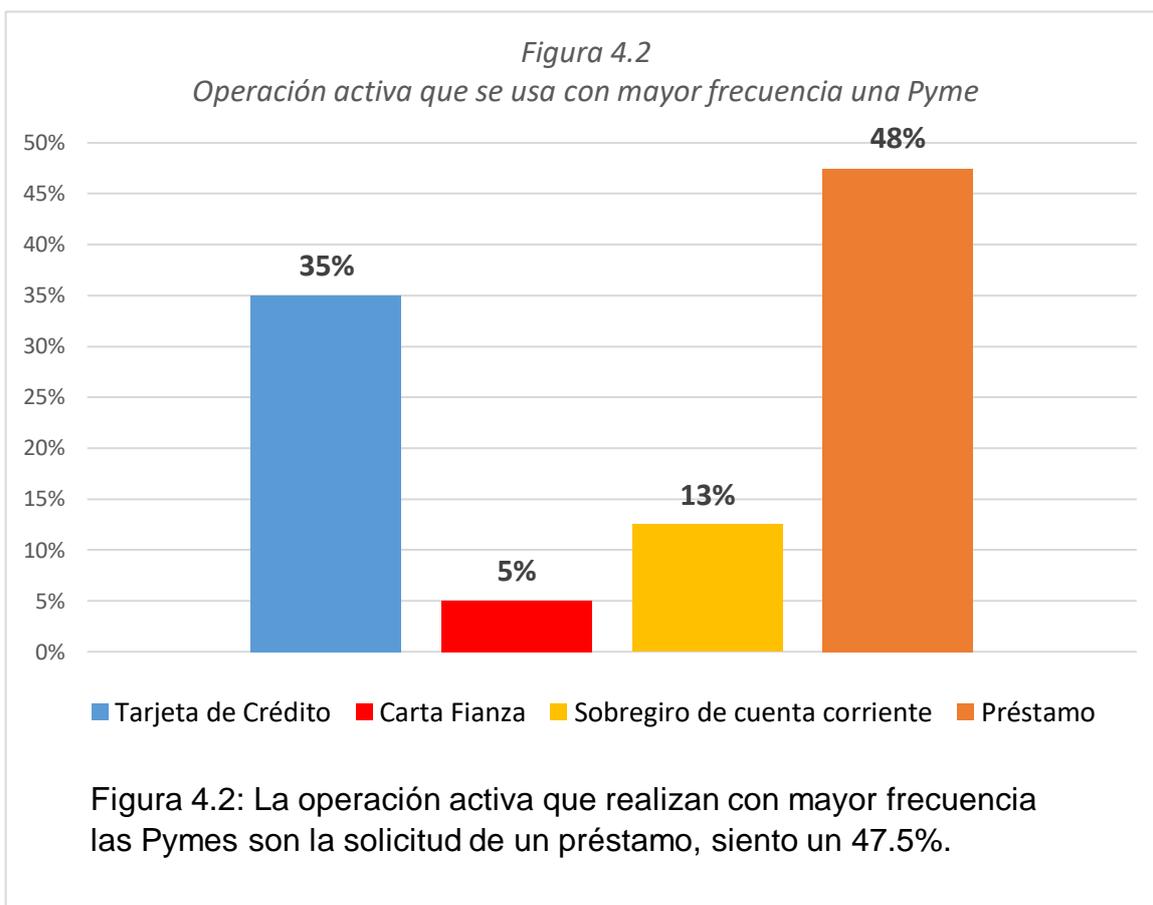
#### IV. RESULTADOS

**Objetivo específico 1:** Identificar el nivel de Digitalización bancaria de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019.



En la figura 4.1 se evidencia que la digitalización bancaria fue estudiada bajo 3 dimensiones, mostrando su mayor porcentaje en el nivel medio en las dimensiones de tecnología y reingeniería de procesos comerciales con un 57.5% y 55% respectivamente a diferencia de la dimensión perspectiva social que muestra su mayor porcentaje en el nivel alto con el 57.5%.

**Objetivo específico 2:** Identificar el nivel de Transacciones Bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019.



*Figura 4.3*  
*Nivel de Transacciones Bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019*

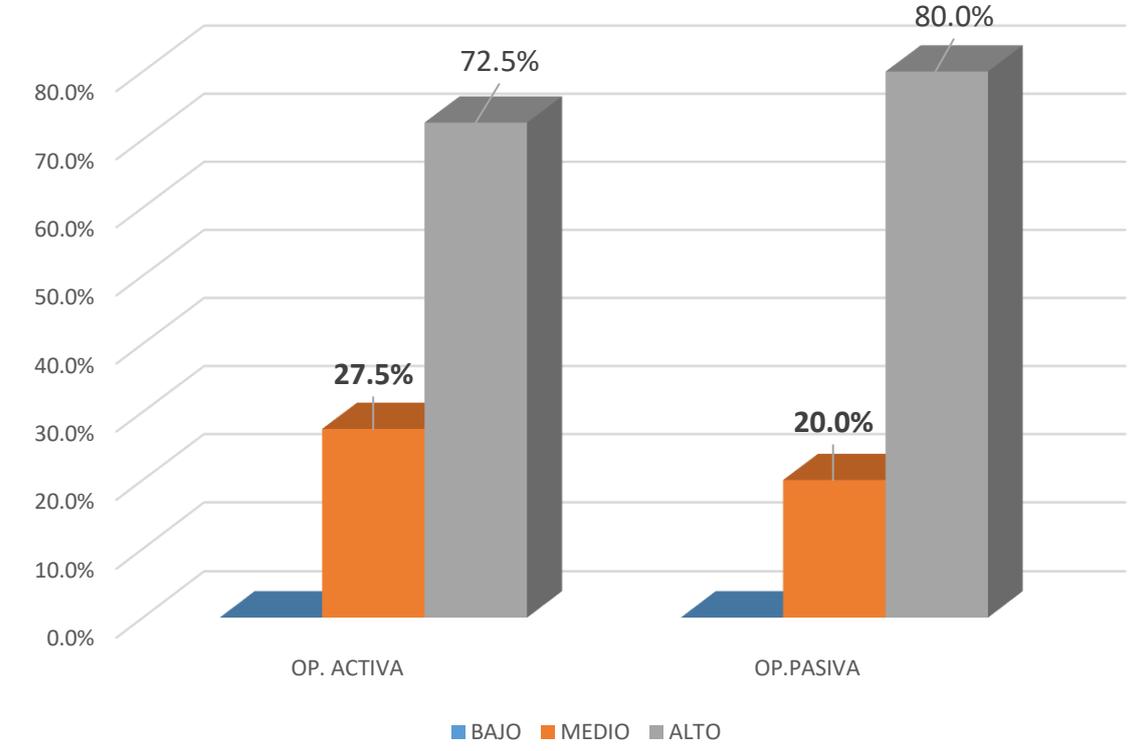


Figura 4.3: La operación pasiva es la dimensión que mayor porcentaje de nivel alto presenta, siendo un 80%.

En la figura 4.3 se observa que la variable transacciones bancarias fue estudiada por dos dimensiones: operaciones activas y operaciones pasivas, mostrando ambas su mayor porcentaje en el nivel alto con el 72.5% y 80% respectivamente.

**Objetivo específico 3:** Determinar la relación entre las dimensiones de digitalización bancaria y transacciones bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019.

Tabla 4.1

*Relación entre las dimensiones de la digitalización bancaria y transacciones bancarias de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019*

			Tecnología	Reingeniería de Procesos	Perspectiva Social
Rho de Spearman	TRANSACCIONES BANCARIAS	Coeficiente de correlación	.221*	.126	.275*
		Sig. (unilateral)	.035	.219	.011
		N	40	40	40

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (unilateral).

En la tabla 4.1 se hizo uso de la prueba estadística Rho de Spearman donde se evidencia la correlación moderada entre las dimensiones de la variable digitalización bancaria y la variable transacciones bancarias, pudiendo encontrar en la relación tecnología y transacciones bancarias una correlación de 0.22 y un p valor menor a 0.05 y la relación perspectiva social y transacciones bancarias una correlación de 0.11 y un p valor menor a 0.05; en el caso de la relación reingeniería de procesos comerciales no se presenta correlación alguna pues su Rho es igual a 0.219 siendo su p valor mayor a 0.05.

## Contrastación de Hipótesis

**Hi:** Existe relación directa entre digitación bancaria y las transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019

*Tabla 4.2*

*Relación entre digitación bancaria y transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019*

			Transacciones	Digitalización_ Bancaria
Rho de Spearman	Transacciones	Coeficiente de correlación	1.000	,692**
		Sig. (unilateral)		.000
		N	40	40
Digitalización Bancaria	Digitalización Bancaria	Coeficiente de correlación	,692**	1.000
		Sig. (unilateral)	.000	
		N	40	40

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

En la tabla 4.2 se muestra que existe correlación fuerte positiva entre las variables digitalización bancaria y transacciones presentando un Rho= 0.692 y un p valor menor a 0.01, esto indica que, si se logra apreciar que mientras más digitalizado este una Pyme, más transacciones realizará por la facilidad y agilidad que permite esta variable, mientras que se está creando una cultura de digitalización bancaria. Ya que el valor de la significancia es menor al 1%, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, lo que indica que existe relación directa entre digitación bancaria y las transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019, esta relación además de ser directa es significativa.

## V. DISCUSIÓN

En el pasado quedaron aquellos días en los que la población desconfiaba compartir sus datos bancarios a través de internet, temiendo una posible falta de seguridad y confidencialidad. Preferían no correr riesgos y acercarse directamente a la sucursal para realizar hasta la más simple de las operaciones. El formato de los bancos digitales, es un fenómeno relativamente nuevo, es ahora a lo que parecen aspirar el resto de entidades tradicionales. Hoy en día la mayoría de personas ya superó aquellos temores sobre la fiabilidad del mundo digital, la adaptación a este entorno ha sido inminente. Así pues, las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir son conscientes que para ser competitivos deben utilizar tecnología que le permitirán beneficios como ahorro tiempo y dinero en las transacciones bancarias. La limitación que se encontró en la presente investigación fue la negativa en la participación en el estudio por parte de algunos representantes de las Pymes.

La población definida para la investigación estuvo conformada por las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir que son en total 1895, siendo la muestra conformada por 40 Pymes.

5.1. De acuerdo al objetivo específico 1 se tiene que en la figura 4.1 se evidencia que la digitalización bancaria fue estudiada bajo 3 dimensiones, mostrando su mayor porcentaje en el nivel medio en las dimensiones de tecnología y reingeniería de procesos comerciales con un 57.5% y 55% respectivamente a diferencia de la dimensión perspectiva social que muestra su mayor porcentaje en el nivel alto con el 57.5%. Al evaluar la variable digitalización bancaria se puede afirmar que el mayor porcentaje se muestra en el nivel alto con un 70%. Estos resultados demuestran que la digitalización está cambiando la relación de la industria bancaria con el cliente: de cómo se contrata, se invierte, se informa, se gestionan inversiones y pagos. Son varias las evidencias que cómo el cliente se informa, contrata, invierte, toma dinero prestado, gestiona sus inversiones y paga. Son numerosos los datos que indican que el cliente está incorporando medios digitales para interactuar con su banco. Esto se corrobora con lo expresado por Gonzales (2017) en su investigación “El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de lima metropolitana de los 4 principales bancos del Perú” donde

indica que la digitalización bancaria tiene una alta relación con la aceptación que tienen los clientes o su predisposición a usarlos, ya que, la cultura impregnada es usar la banca tradicional que es acercarse a ventanilla personalmente a realizar los trámites y operaciones que necesiten, pero en su investigación indica que el 70.5% de usuarios de los canales digitales lo usan para realizar transferencias o pagar servicios, las cuales son operaciones pasivas. Así mismo Galdo (2015) en su investigación sobre la “Multicanalidad y digitalización bancaria” apoya afirmando que es de vital importancia la innovación en el mercado, ya que el consumidor desea nuevas formas y canales para poder realizar sus pagos, transferencias y compras, sus facilidades de realizar estas transacciones otorgan mayor agilidad y personalización al momento de hacerlas, a la vez el estudio estima que para el 2020 las sucursales de los bancos realizarán 40% menos ventas y que 2/3 de las transacciones se realizarán mediante los medios digitales. Hoy en día gracias a la coyuntura en la que nos vemos inmersos, la mayoría de transacciones bancarias se realizan gracias a la digitalización.

- 5.2 Como también, según al objetivo específico 2 se tiene que en la figura 4.2 se observa que la variable transacciones bancarias fue estudiada por dos dimensiones: operaciones activas y operaciones pasivas, mostrando ambas su mayor porcentaje en el nivel alto con el 72.5% y 80% respectivamente. Esto demuestra el cambio de hábito de las personas al realizar sus transacciones bancarias de manera virtual dejando para casos excepcionales la manera tradicional presencial. Este resultado se ve corroborado con Aredo (2016) en su tesis “Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro de contacto del Banco de Crédito del Perú – sede Trujillo, 2015” quien afirma en su investigación que el 21% utiliza con mayor frecuencia la banca por internet y banca móvil (celular), también identifiqué que de todos los canales alternativos el 67% de encuestados los usa diariamente o una vez a la semana, y también en sus resultados del estudio de investigación determinaron que el 70% de los encuestados consideran como principales

beneficios del uso de las plataformas alternativas, la optimización de tiempo, la reducción de dinero y la accesibilidad a estos.

- 5.3. A la vez, según objetivo específico 2 se tiene que en la tabla 4.1 se hizo uso de la prueba estadística Rho de Spearman donde se evidencia la correlación directa entre las dimensiones de la variable digitalización bancaria y la variable transacciones bancarias, dicha correlación se manifiesta en la relación tecnología y transacciones bancarias con un Rho de 0.035 y un p valor menor a 0.05 y la relación perspectiva social y transacciones bancarias, con un p valor menor a 0.05; indicando que es determinante la perspectiva sobre el beneficio que obtiene la Pyme al realizar sus transacciones por los canales digitales, lo que reafirman Cabrera, Morante y Pachares (2016) en su tesis “El conocimiento de beneficios de canales alternativos y la satisfacción de los clientes de la agencia Benavides filial Chincha del Banco de Crédito del Perú” donde mencionan que los canales alternativos como los digitales a través por internet tienen un vínculo directo con el nivel de satisfacción de sus clientes. En el caso de la relación reingeniería de procesos comerciales no se presenta correlación alguna pues su Rho es igual a 0.219 siendo su p valor mayor a 0.05. Esto pone de manifiesto que no es determinante la percepción del cliente en la facilidad de uso de los canales digitales.
- 5.4. Y según el objetivo general en la tabla 4.2 se muestra la correlación directa y altamente significativa entre las variables digitalización bancaria y transacciones bancarias presentando un  $Rho = 0.692$  y un p valor menor a 0.01. rechazando así la hipótesis nula y aceptando la alterna. Ambas variables están estrechamente unidas ya que el éxito y número de las transacciones bancarias se darán gracias al conocimiento y facilidad de la digitalización bancaria. Oliva, Jancso y Barriga (2019) evidencia en su estudio “Caja vecina, seguir creciendo en un entorno de cambios tecnológicos” que ante los desafíos de la competencia interbancaria se deben implementar aplicaciones que permitiría la digitalización a sus clientes, así el número de transacciones mensuales tendría un gran incremento.

## VI. CONCLUSIONES

- 5.1. En la presente investigación se identificó el nivel de las 3 dimensiones de la digitalización bancaria, así se obtuvo que tanto para la dimensión tecnología y reingeniería de procesos comerciales el nivel predominante fue el medio con porcentajes de 57.5% y 55% respectivamente, la dimensión perspectiva social, mostro en su mayoría (57.5%) el nivel alto. Evidenciando el buen nivel que presenta la variable en estudio. (Figura 4.1), esto debido a que principalmente para las Pymes es más determinante el conocimiento o las opciones de los canales digitales que permite usar la digitalización bancaria a la vez es fundamental el costo, tiempo y costo de oportunidad que consiguen de estos canales, lo cual fue recalcado por las Pymes donde indicaban que podrían ahorrarse costos de hasta más de 20 soles semanales o ahorrarse tiempos de hasta 4 horas semanales, pues muy aparte del costo de pasaje, se generaba costos de mano de obra por si envían a un colaborador, o se compra algún alimento, o también dejan de producir su producto, comprar mercadería e incluso reunirse con sus colaboradores, por lo que apoyaron a la conclusión de un alto nivel de las 2 dimensiones de tecnología y perspectiva social.
- 5.2. Así mismo se analizó las transacciones bancarias bajo sus 2 dimensiones y se pudo corroborar que el nivel predominante en las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019 fue el alto, presentando en operaciones activas un 72.5% y en operaciones pasivas un 80% a causa de que las transacciones o el movimiento de dinero es vital para que la empresa crezca, donde las Pymes indican que mientras más producción, compra de mercadería, venta de productos y pago a su personal, generaría que sus ganancias aumenten, como también muestran una verdad que se identificó, que las operaciones pasivas, siendo estas capital propio, son operaciones con un nivel más alto de frecuencia, pues no implican un pago de interés y se generan al interactuar con los diferentes actores en el comercio, como pago de planillas, proveedores, retiro de efectivo, consulta de saldo, etc, a diferencia que en las transacciones activas, al ser una actividad crediticia que implica obtención de dinero no propio, el cual genera el pago de un

porcentaje de interés, no es un poco más bajo su nivel, aunque una Pyme no usa todos los productos activos existentes, puede usar uno con frecuencia para invertir en largo, mediano y corto plazo.

5.3. Al determinar la relación entre las dimensiones de la digitalización bancaria y transacciones, se llega a concluir que si existe relación significativa entre la dimensión tecnología y transacciones bancarias con un  $Rho = 0.221$  y un p valor de 0.035, así mismo en la relación de la dimensión perspectiva y transacciones bancarias con un  $Rho$  de 0.275 y un p valor de 0.011, en el caso de la relación de la dimensión ingeniería y transacciones bancarias se muestra un  $Rho$  de 0.333 y un p valor igual a 0.219, evidenciando que no existe relación (Tabla 4.1) esto sucede porque las Pymes no consideraron tan determinante la facilidad de uso de los canales como causante para hacer más número de transacciones, pero, si es causal que les de beneficios de costo, tiempo y costo de producción las cuales incentivaría a realizar más transacciones.

5.4. Al establecer la relación entre digitalización bancaria y transacciones bancarias de las pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019, se concluye afirmando que existe una relación altamente significativa entre las dos variables ( $Rho = 0.692$ ;  $p < 0.01$ ) a razón de que mientras más digitalizado este una Pyme, va a tener más opciones de hacer diferentes transacciones, como también hacerlas en un menor tiempo, lo cual multiplica la razón de hacerlas con mayor frecuencia y número por los canales digitales, a diferencia de que antes no recompensaban los costos/beneficio de ir a ventanilla para hacer 30 transacciones diarias como indicaron algunas Pymes que lo hacen ahora.

## VII. RECOMENDACIONES

- 6.1. Se recomienda a los propietarios de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019, obtener mayor información de la digitalización bancaria de la entidad con la que trabajan para acelerar sus transacciones bancarias, poder usar sin miedo como lo vienen haciendo los canales también como banca por teléfono, en la cual pueden obtener un asesoramiento gratuito de los beneficios y facilidades que da cada canal digital que tienen, pues cada vez se digitalizará más el mercado y obligatoriamente para poder interactuar mediante transacciones con sus proveedores o colaboradores se tendrán que actualizar con su uso, a la vez, ya existen Pymes que se ahorran más de 30 soles y 4 horas a la semana al no ir a ventanilla del banco, lo cual vuelve más eficiente las operaciones, causando la reducción del costo de producción de sus productos finales, pues influyen en los costos fijos.
- 6.2. A las Pymes se les recomiendo entender más los beneficios de cada tipo de transacción activa, pues puede servir para invertir en corto o largo plazo y no perder oportunidades de comprar maquinarias que darán una rentabilidad mayor al porcentaje del interés al pagar, pues cada producto tiene una diferente cualidad, tanto como un préstamo empresarial puede ser a largo plazo una buena opción, una tarjeta de crédito empresarial puede ser una buena opción, o una cuenta corriente para un pago a muy corto plazo, sería una buena alternativa, o una carta fianza podría servir para no perder un cliente al usarla como aval ante el proveedor, entonces al conocer que transacción activa es más adecuada para la inversión, se podrá tomar una buena decisión para no perder un gran cliente por capacidad de producción o un buen descuento por pronto pago al proveedor.
- 6.3. Se recomienda culturizar a sus colaboradores con el uso de los canales digitales haciendo el pago de su remuneración mensual mediante cuentas bancarias, pues también se les hará más fácil y seguro para ellos poder usar el efectivo, como también a ellos les permitirá tener los beneficios de los canales digitales al trabajar con su entidad financiera de preferencia, pues

también reducirá los costos de la empresa, como también probar con los diferentes canales que tienen las entidades financieras, pues permiten hacer diferentes transacciones, por ejemplo por banca móvil se pueden hacer algunas transferencias y pagos de servicios, mientras que por banca por internet en la página web de la entidad financiera ya se pueden hacer el pago masificado de planillas y proveedores, o agentes donde se puede retirar dinero o girar sólo con el DNI, o en cajeros automáticos, lo cual permitirá ahorrar largas colas y tiempos innecesarios y banca por teléfono, del cual se obtendrá un asesoramiento especializado y personalizado del uso de canales digitales y el detalle de las cuentas bancarias.

6.4. Se recomienda que la Pyme internamente corrobore las conclusiones obtenidas en la tesis, que realice el área de operaciones un contraste entre los beneficios que permite tanto hacer más transacciones diarias y los beneficios de usar con los canales digitales, como cuantificar cuánto dinero se ahorra en una semana o que actividad se puede hacer en lugar de ir al banco, o cuánto tiempo se puede ahorrar y aprovechar para hacer otras actividades, lo cual al contabilizarse, se puede multiplicar para saber el impacto mensual y luego por doce para saber el impacto anual, con el fin de determinar objetivamente que es lo que se ganó al usar estos canales digitales para realizar las transacciones y así determinar si en conformidad con el objetivo comprobado con la hipótesis de que si hay una relación entre las variables de digitalización bancarias y transacciones, se pueda incluir como un pilar de la empresa la inclusión e investigación para la aplicación de las nuevas tecnologías y la actividad económica en la Pyme.

## REFERENCIAS

- Aredo, (2016), *Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro de contacto del Banco de Crédito del Perú – sede Trujillo, 2015*. Recuperado de tesis de la Universidad Nacional de Trujillo
- Arias, A. (1982): “*La Concentración Bancaria en el Perú.*” Tesis para optar el grado de bachiller. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Burneo, K. (2007): “*La Relación entre Bancarización Pública y Crecimiento Económico Regional. Un Estudio de Caso.*” Tesis de Doctorado ESADE ESAN.
- Cabrera, Morante y Pacherras (2016), *El conocimiento de beneficios de canales alternativos y la satisfacción de los clientes de la agencia Benavides filial Chincha del Banco de Crédito del Perú*. Recuperado de tesis de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega
- Calderon, Romy, Carbajal, Javier, y Leiva, Kate. (2014). *La banca de desarrollo y la creación de productos para la inclusión financiera*. Lima, Perú: Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras para el Desarrollo - ALIDE. Obtenido de <http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2015/15195.pdf>
- Catalá, (2019), *La reestructuración y digitalización del sector bancario*. Recuperado de tesis de la Universidad Politécnica de Valencia
- Colquehuanca y Portillo, (2017), *Uso de canales de distribución de servicios financieros en el personal docente de la facultad de ciencias económicas administrativas y contables de la Universidad Andina del Cusco Periodo 2018*. Recuperado de tesis de la Universidad Andina del Cusco
- Diaz lengua, L. (9 de Mayo de 2011). *La importancia del acceso a servicios financieros*. El Comercio, pp. 1
- Digital, G. (2014). *Customer loyalty in retail banking: Global Edition 2014*. Boston: BAIN & COMPANY.

- Fanjul, & Valdunciel. (2009). IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL NEGOCIO. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 82.
- Fernández, J. (2003). *Dinero, Banca y Mercados Financieros* (p.71). Perú: Universidad del Pacífico Centro de Investigación.
- Galdo. (2015), *Multicanalidad y digitalización bancaria*. Recuperado de tesis de la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE
- Gonzales, (2017), *El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de lima metropolitana de los 4 principales bancos del Perú*. Recuperado de tesis de la Universidad San Ignacio de Loyola.
- Hernández, R., Medina, A., & Hernández, G. (2014). Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano. SCIELO, 7.
- Kim, J. (2016). A study on the effect of financial inclusion on the relationship between income inequality and economic growth. Economics College of Commerce, Chonbuk National University, 498-512.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Mexico: PEARSON Educación.
- Loor y Melendez, (2017), *Estudio de factibilidad para la implementación de la banca digital en banco Amazonas S.A*. Recuperado de tesis de la Universidad de Guayaquil
- Lopez, P & Sebastián G. (2005), *Gestión Bancaria: Factores claves en un entorno competitivo*. España: Mc Graw Hill
- Mercalle, P. (2012). Estudio de la Rentabilidad Económica y Financiera. Recuperado de: <http://www.contabilidad-empresa.com/2012/04/estudio-de-larentabilidad-economica-y.html>
- Momparler, (2008), *El desarrollo de la banca electrónica en España. Un análisis comparativo entre entidades online y tradicionales en España y Estados Unidos*. Recuperado de tesis de la Universidad Politécnica de Valencia

- Morisaki. (2019). Canales digitales ganan terreno aceleradamente en preferencias de usuarios bancarios. *ASBANC*, 2.
- Pérez, E. y Palacio, I. (2011), en el estudio: “*análisis de la evolución de la bancarización y su impacto en ciertos sectores de la economía de la ciudad de Cartagena en el periodo 2000 – 2008*”. Proyecto de grado para optar por el título de especialista en finanzas.
- Poggi, M. (2014). *Bancarización en el Perú*. Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Lima, Lima.
- Ringgen, S. (1988). Direct and indirect measure of poverty. *Journal of Social Policy* (Cambridge) Vol.17, N°3.
- Rojas, L. (2007) *Bancarización en América Latina: Obstáculos y Recomendaciones*. Presentación Center for Global Development. San José de Costa Rica. Sept.
- Ramastri, (2016). *Digital Banking Framework*. India: IDRBT
- Secretaría general Iberoamericana (2006). *La Extensión del Crédito y los Servicios Financieros: Obstáculos, Propuestas y Buenas Prácticas*. Madrid, septiembre. Página web: <http://www.segib.org/upload/File/esxtension%20del%20credito.pdf>.
- Sen, A. (1983). *Poor, relatively speaking*. *Oxford Economic Papers* (Oxford) Vol. 35, N° 1.
- Zahler, R. (2008). *Financiamiento del desarrollo: Bancarización privada en Chile*. Unidad de Estudios del Desarrollo. División de Desarrollo Económico. Santiago de Chile: CEPAL
- Zerpa, A. (2013). *Los créditos Bancarios a Corto Plazo y su Incidencia en la Gestión Financiera de las MYPES del Sector Calzado del Distrito el Porvenir Año 2013*. (Tesis para obtener el título de contador público). Universidad César vallejo, Trujillo, Perú.

# **ANEXOS**

### Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 3.1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de variables
Digitalización Bancaria	Se logra aprovechando el estado del arte infraestructura tecnológica para lograr cambios en procesos internos y externos interfaces Se espera que mejore las 4Cs - costo, conveniencia, control y cliente experiencia. Ramasastri (2016)	Esta variable se medirá mediante un cuestionario a los usuarios de las plataformas digitales.	Tecnología	Conocimiento de bancos digitalizados	Ordinal
				Conocimiento de canales digitales	
			Reingeniería de procesos comerciales	Motivos de no uso de la banca digital	
				Facilidad de uso de los canales digitales	
			Perspectiva Social	Satisfacción después del uso de los canales digitales	
				Tiempo ahorrado por uso	
Costo ahorrado por uso					
Costo de oportunidad ganados por uso					

Transacciones Bancarias	<p>Define como la existencia de operaciones activas, esto es, la colocación de fondos en forma de créditos y las operaciones pasivas, referidas a la captación de fondos del público y aunado a ello las operaciones neutras o conexas, que por su naturaleza no implican la captación ni la colocación de fondos en sentido estricto.</p> <p>Nuñez (2011)</p>	<p>Esta variable se medirá mediante un cuestionario que se aplicará a los usuarios de las plataformas digitales que realizan transacciones bancarias, para lo que se realizará un cuestionario.</p>	Operaciones activas	Tipos de operaciones Frecuencia de operaciones	Ordinal
			Operaciones pasivas	Tipos de operaciones Frecuencia de operaciones	

*Nota:* Las dimensiones e indicadores de la digitalización bancaria y las transacciones bancarias son en base a lo que propone el autor Ramasastrí (2016) en su libro “Digital Banking Framework” y Nuñez (2011) en su libro “Operaciones bancarias, activas, pasivas y neutras”

## Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

### Cuestionario 1 – Digitalización Bancaria



Agradeciendo el apoyo en su resolución, este cuestionario tiene como fin de obtener información precisa para identificar como la digitalización bancaria impacta en las transacciones de las Pymes del rubro calzado en El Porvenir. Las preguntas a continuación presentan alternativas diversas, agradeceré contestar con honestidad y veracidad marcando con una (X) la respuesta que crea pertinente según su experiencia en su negocio.

Empresa: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

1. ¿Actualmente usas los servicios o productos de alguna entidad financiera o bancaria?  
Si  No
2. ¿Actualmente sigues realizando todas tus operaciones en la ventanilla de agencia en tu banco?  
Si  No
3. ¿Recomendarías usar los canales digitales para realizar transacciones bancarias?  
Si  No

	Ítem	Nada	Poco	Regular	Bastante	Demasiado
4	¿Posee conocimiento acerca de los bancos digitalizados?					
5	¿Posee conocimiento acerca de canales digitales?					
6	¿Ha tenido motivos de no uso de la banca digital?					
7	¿Ha percibido la facilidad de uso de los canales digitales?					
8	¿Cuál es el grado de satisfacción después del uso de los canales digitales?					
9	¿Ha percibido ahorro de Tiempo por el uso de la digitalización bancaria?					
10	¿Ha analizado el costo ahorrado por su uso?					
11	¿Ha percibido costo de oportunidad ganados por el uso de la digitalización bancaria?					

## Cuestionario 2 - Transacciones



Agradeciendo el apoyo en su resolución, este cuestionario tiene como fin de obtener información precisa para identificar como la digitalización bancaria impacta en las transacciones de las Pymes del rubro calzado en El Porvenir. Las preguntas a continuación presentan alternativas diversas, agradeceré contestar con honestidad y veracidad marcando con una (X) la respuesta que crea pertinente según su experiencia en su negocio.

Empresa: \_\_\_\_\_ Cargo: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál de las operaciones activas que se menciona, la usa con mayor frecuencia?

Tarjeta de crédito

Carta Fianza

Préstamo

Sobregiro de Cuenta corriente

	Ítem	Nunca	Casi nunca	Regularmente	Casi siempre	Siempre
1	¿Con que frecuencia realizas la operación antes mencionada por los canales digitales?					
2	¿Con que frecuencia solicitas asesoramiento para realizar la operación antes mencionada?					
3	¿Con que frecuencia solicitas saber el interés a pagar para la operación antes mencionada?					
4	¿Con que frecuencia recomendarías realizar la operación antes mencionada por los canales digitales?					
5	Con que frecuencia realiza depósitos por canales digitales					
6	Con que frecuencia realiza retiros por canales digitales					
7	Con que frecuencia verifica su estado de cuenta en la plataforma virtual					
8	Con que frecuencia Realiza transferencias interbancarias					

### Anexo 3. Constancias de validación

Para obtener la muestra se utilizó la fórmula con población conocida:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{e^2(N-1) + PQZ^2}$$

n = Población finita = 1895

E = Margen de error= 0.1

Z = Nivel de confianza = 2.575

P = Probabilidad de éxito = 0.9\*

Q = Probabilidad de fracaso = 0.1\*

$$n = \frac{1895 \times 2.575^2 \times 0.9 \times 0.1}{0.1^2 \times (1895 - 1) + 0.9 \times 0.1 \times 2.575^2}$$

$$n = 58$$

#### Anexo 4. Matriz de variable

*Tabla 3.2. Matriz de variable, técnica e instrumento*

<b>Variable</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Digitalización Bancaria	Encuesta	Cuestionario
Transacciones Bancarias	Encuesta	Cuestionario

## Anexo 5. Tablas de cuestionarios

Tabla 4.3: Pymes que usan servicios o productos de alguna entidad financiera o bancaria

Respuesta	n	%
Si	40	69.0%
No	18	31.0%
Total	58	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a las pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019..

Tabla 4.4. Pymes que siguen realizando todas sus operaciones en la ventanilla de agencia en su banco

Respuesta	n	%
Si	3	7.5%
No	37	92.5%
Total	40	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a las pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019..

Tabla 4.5. Pymes que recomiendan usar los canales digitales para realizar transacciones bancarias

Respuesta	n	%
Si	37	92.5%
No	3	7.5%
Total	40	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a las pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019..

Tabla 4.6. Operaciones activas que las usa con mayor frecuencia una Pyme

Respuesta	n	%
Tarjeta de Crédito	14	35%
Préstamo	19	48%
Carta Fianza	2	5%
Sobregiro de cuenta corriente	5	13%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado a las pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir 2019..

## Anexo 6. Figuras de cuestionarios

Figura 4.4. Pymes que usan servicios o productos de alguna entidad financiera o bancaria

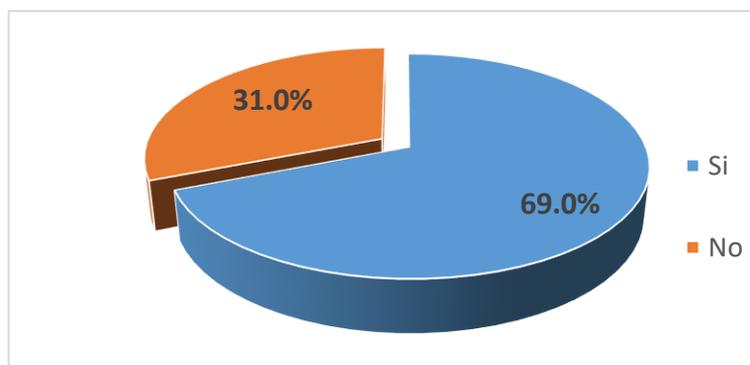


Figura 4.5. Pymes que siguen realizando todas sus operaciones en la ventanilla de agencia en su banco

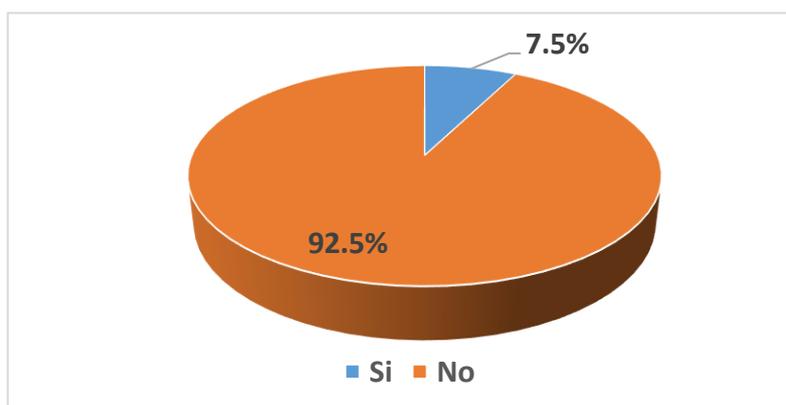
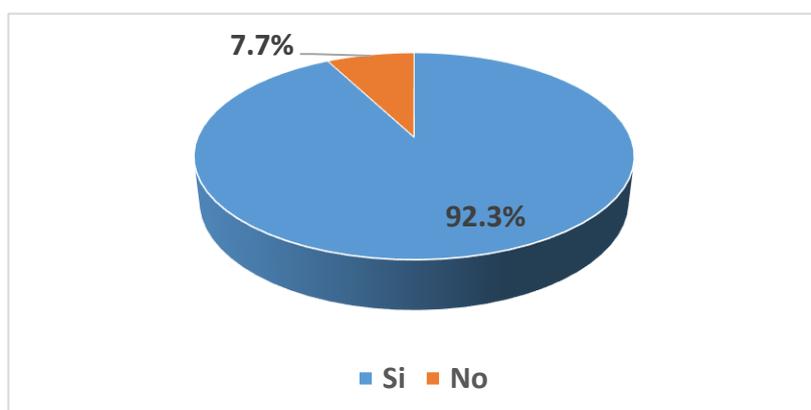


Figura 4.6. Pymes que recomiendan usar los canales digitales para realizar transacciones bancarias



## Anexo 6: Base de datos de la variable Digitalización bancaria

Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	1	2	1	4	4	4	3	3	3	4	4
2	1	2	1	4	5	3	3	3	3	3	3
3	1	2	1	3	4	4	5	5	5	4	5
4	1	2	1	4	4	4	3	5	4	4	4
5	1	1	2	4	5	3	3	5	4	4	4
6	1	2	1	4	4	3	4	4	4	4	4
7	1	2	1	4	5	3	4	5	4	4	4
8	1	2	1	5	5	4	3	4	5	4	5
9	1	2	1	5	4	4	4	4	4	4	4
10	1	1	2	4	4	4	4	4	5	4	5
11	1	2	1	4	5	4	4	4	4	5	4
12	1	2	1	4	3	4	5	4	5	5	4
13	1	2	1	4	5	4	5	4	4	4	4
14	1	2	1	4	5	4	4	4	5	4	4
15	1	2	1	5	4	3	4	4	4	4	5
16	1	2	1	5	5	3	4	5	4	5	5
17	1	2	1	4	4	4	5	5	4	4	5
18	1	2	1	4	5	5	4	4	4	3	4
19	1	2	1	5	3	5	4	4	3	4	4
20	1	2	1	4	4	5	4	3	4	3	4
21	1	2	1	4	4	4	5	4	5	3	4
22	1	2	1	5	4	4	3	4	4	3	4
23	1	2	1	4	4	4	5	4	4	4	3
24	1	2	1	5	4	5	4	3	3	3	4
25	1	2	1	5	4	4	4	4	4	4	4
26	1	2	1	4	3	4	4	4	4	4	3
27	1	2	1	5	4	4	5	4	3	4	4
28	1	2	1	4	3	4	3	4	5	4	4
29	1	2	1	4	4	4	4	4	4	5	4
30	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	3
31	1	2	1	4	4	5	4	4	5	4	5
32	1	2	1	4	4	4	3	5	4	5	4
33	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4
34	1	2	1	4	3	4	5	4	5	5	4
35	1	2	1	4	4	4	5	4	3	4	3
36	1	2	1	4	5	4	5	4	3	4	3
37	1	2	1	3	4	4	5	3	4	3	4
38	1	2	1	4	5	4	5	3	4	4	4
39	1	2	1	4	3	4	3	4	3	3	3
40	1	2	1	4	4	5	5	4	3	3	4

## Anexo 7: Base de datos de la variable Digitalización bancaria

Encuestados	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	3	3	3	3	4	3	5	3	3
2	1	3	3	3	4	3	4	3	4
3	4	4	4	3	4	4	4	4	5
4	2	4	4	4	3	4	3	4	3
5	2	5	4	5	3	5	5	5	5
6	1	3	3	3	3	5	4	4	4
7	2	4	4	5	5	5	4	5	4
8	1	5	4	4	4	5	5	5	5
9	4	3	4	3	5	4	5	4	4
10	1	4	4	4	4	4	5	4	4
11	2	5	4	5	5	4	5	4	4
12	1	4	5	4	4	4	5	4	5
13	2	5	4	4	4	5	5	5	5
14	1	4	4	5	5	5	4	4	5
15	2	5	5	4	5	5	4	5	5
16	1	5	4	4	4	4	5	5	4
17	2	5	5	4	5	5	4	5	5
18	1	5	5	4	5	5	5	4	5
19	2	4	5	4	5	5	4	4	4
20	4	4	4	3	4	3	3	4	3
21	2	5	4	5	5	5	5	4	5
22	4	4	4	4	4	5	4	5	4
23	2	4	4	4	4	5	4	5	4
24	1	4	4	4	3	3	4	4	4
25	2	5	4	4	5	5	5	4	4
26	1	5	4	4	5	4	5	5	4
27	2	5	4	4	4	4	5	5	5
28	3	3	3	4	4	4	3	3	4
29	2	5	5	5	5	4	4	4	5
30	1	3	4	4	3	3	4	3	3
31	2	5	4	5	5	5	5	5	5
32	1	5	4	4	4	4	5	5	4
33	2	4	5	4	5	4	4	5	5
34	2	4	4	5	5	4	5	5	4
35	4	3	3	4	5	3	3	4	4
36	2	5	5	4	5	4	5	5	5
37	1	5	4	4	4	4	4	5	5
38	2	4	5	4	4	4	4	5	5
39	1	4	4	5	5	4	4	5	4
40	2	5	4	4	4	4	4	4	5

## Anexo 8. Constancias de validación

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Jose A. Cervera Ramirez, titular  
del DNI. N° 80396738, de profesión  
Psicólogo, ejerciendo  
actualmente como Docente, en la  
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal  
que labora en UCV

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes  
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 11 días del mes de Noviembre del 2019

  
Firma

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilfredo Santiago Bocanegra Herms, titular  
del DNI. N° 40628476, de profesión  
Iny. Industrial, ejerciendo  
actualmente como DTC, en la  
Institución UCV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en UCV

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 11 días del mes de noviembre del  
2019

  
Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

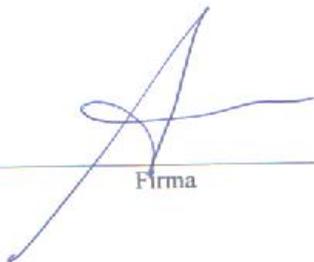
Yo, Alex Adrianzen Jimenez, titular del DNI. N° 27715521, de profesión Economista, ejerciendo actualmente como Docente, en la Institución UEV

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en UCV.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				
Amplitud de contenido				
Redacción de los Ítems				
Claridad y precisión				
Pertinencia				

En Trujillo, a los 11 días del mes de Noviembre del 2019

  
Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, ACOSANTO JAGA DURANGO, titular  
del DNI, N° 1792 2492, de profesión  
ECONOMISTA, ejerciendo  
actualmente como DOCENTE, en la  
Institución UCV TRUJILLO

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de  
Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal  
que labora en UCV.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes  
apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido				X
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

En Trujillo, a los 11 días del mes de NOV del  
2019

  
Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Henry Ponce Carroera, titular del DNI. N° 45031633, de profesión Administrador, ejerciendo actualmente como Supervisor UDAC PUAL, en la Institución Banco de Crédito del Perú

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en la Universidad Cesar Vallejo.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems		✓		
Claridad y precisión		✓		
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 11 días del mes de Noviembre del 2019

  
Firma

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Ciro Talladares Landa, titular del DNI N° 18137683, de profesión Contadorista, ejerciendo actualmente como Docente a Tiempo Completo, en la Institución Universidad Particular César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en UCV.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

En Trujillo, a los 11 días del mes de Noviembre del 2019



Firma



**Acta de Sustentación de Tesis**

Siendo las 11:00 horas del 22 de julio de 2020, el jurado evaluador se reunió para presenciar el acto de sustentación de Tesis titulado: "LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y LAS TRANSACCIONES DE LAS PYMES DEL RUBRO CALZADO DEL DISTRITO EL PORVENIR – 2019", Presentado por el / los autor(es) PIERE BRIAN NAVARRO MANTILLA estudiante(s) de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN.

Concluido el acto de exposición y defensa de Tesis, el jurado luego de la deliberación sobre la sustentación, dictaminó:

<b>Autor</b>	<b>Dictamen</b>
PIERE BRIAN NAVARRO MANTILLA	Unanimidad

Se firma la presente para dejar constancia de lo mencionado:

Firmado digitalmente por: NAGUILARA el 29 Jul 2020  
15:31:52

\_\_\_\_\_  
NANCY DEIFILIA AGUILAR ARAGON  
PRESIDENTE

Firmado digitalmente por: WBOCANEGRAM el 29 Jul  
2020 12:11:57

\_\_\_\_\_  
WILFREDO SANTIAGO BOCANEGRA MERINO  
SECRETARIO

Firmado digitalmente por: JEALVAM el 28 Jul 2020  
21:18:50

\_\_\_\_\_  
JENNY ALVA MORALES  
VOCAL (ASESOR)



### **Autorización de Publicación en Repositorio Institucional**

Yo (Nosotros), NAVARRO MANTILLA PIERE BRIAN identificado con DNI N° 70475949, (respectivamente) estudiante(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, autorizo (autorizamos) (  ), no autorizo (autorizamos) (  ) la divulgación y comunicación pública de mi (nuestro) Tesis: "LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y LAS TRANSACCIONES DE LAS PYMES DEL RUBRO CALZADO DEL DISTRITO EL PORVENIR – 2019".

En el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo, según lo estipulada en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de NO autorización:

.....  
.....

Trujillo 28 de julio de 2020

<b>Apellidos y Nombres del Autor</b>	<b>Firma</b>
NAVARRO MANTILLA PIERE BRIAN <b>DNI:</b> 70475949 <b>ORCID</b> 0000-0003-0792-273X	Firmado digitalmente por: PNAVARROM el 28 Jul 2020 23:30:23

Código documento Trilce: 45777



## **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ALVA MORALES JENNY, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y LAS TRANSACCIONES DE LAS PYMES DEL RUBRO CALZADO DEL DISTRITO EL PORVENIR – 2019", del (los) autor (autores) NAVARRO MANTILLA PIERE BRIAN, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 28 de julio de 2020

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ALVA MORALES JENNY <b>DNI:</b> 43223670 <b>ORCID</b> 0000-0002-2598-1912	Firmado digitalmente por: JEALVAM el 28 Jul 2020 21:18:54

Código documento Trilce: 45778



## **Declaratoria de Originalidad del Autor / Autores**

Yo (Nosotros), PIERE BRIAN NAVARRO MANTILLA estudiante(s) de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, declaro (declaramos) bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado: "LA DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y LAS TRANSACCIONES DE LAS PYMES DEL RUBRO CALZADO DEL DISTRITO EL PORVENIR – 2019", es de mi (nuestra) autoría, por lo tanto, declaro (declaramos) que el Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He (Hemos) mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo (asumimos) la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Apellidos y Nombres del Autor</b>	<b>Firma</b>
PIERE BRIAN NAVARRO MANTILLA <b>DNI:</b> 70475949 <b>ORCID</b> 0000-0003-0792-273X	Firmado digitalmente por: PNAVARROM el 28 Jul 2020 23:30:30

Código documento Trilce: 45779